

Indice

	Introduzione	7
1.	La propaganda è il vostro mestiere	9
2.	Fonti e problemi	13
1.	Propaganda, propagande	21
1.1.	Propaganda al singolare: una consapevole necessità	23
1.2.	Propaganda al plurale: teorie, progetti e realizzazioni	26
	1.2.1. Laval e la “teoria ipodermica” / 1.2.2. Malumori e critiche / 1.2.3. Soluzioni / 1.2.4. Tradizionalisti al passo coi tempi / 1.2.5. Cer- cansi tecnici / 1.2.6. Offronsi competenze	
1.3.	Non solo mass media	44
1.4.	L'uomo della propaganda	47
	1.4.1. Spunti	
2.	Trovare dei <i>relais</i>. L'opzione Légion	55
2.1.	Senza partito	56
2.2.	Alla ricerca di un denominatore comune	59
2.3.	La Légion Française des Combattants	61
	2.3.1. Obiettivi / 2.3.2. Strumenti	
2.4.	La propaganda legionaria in costruzione	71
	2.4.1. Somiglianze / 2.4.2. Guerra ai <i>bobards</i> / 2.4.3. <i>Ars dicendi</i> legionaria / 2.4.4. Conoscere il terreno / 2.4.5. Adattare la propa- ganda	
3.	Formare i quadri	89
3.1.	Talent scout	90
3.2.	A scuola di propaganda	93

3.3.	L'Istituto di formazione legionaria	95
3.4.	Migliorie e turbamenti	102
3.5.	Progressi e nuovi debutti. La Scuola nazionale	105
3.6.	Il Servizio scuole	108
4.	Verso l'epilogo	115
4.1.	Un buon apparato	115
	4.1.1. Propaganda scritta / 4.1.2. Propaganda pubblicitaria e spettacolare / 4.1.3. Propaganda orale	
4.2.	Flessibilità e discrezione	119
4.3.	Scacchi e problemi	121
4.4.	Perseverare	124
4.5.	Distrarre	127
4.6.	Un difetto di propaganda?	129

Appendice

Consigli di un militante della Légion

Nota dell'autrice	137
I. La propaganda da uomo a uomo di <i>Jean Goudareau</i>	143
II. L'organizzazione delle riunioni di propaganda di <i>André Beauchamp</i>	152
III.-IV. La stampa di lotta di <i>P. M. Train - Henri Froidfond</i>	165
Indice dei nomi	179